



MORALNE EMOCIJE I POLARIZACIJA BIRAČA

Stanko RIHTAR, Ivana FERİĆ
Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb

UDK: 324(497.5)"2007":171
Izvorni znanstveni rad

Primljeno: 24. 8. 2008.

Uloga moralnih emocija u polarizaciji birača provjerena je istraživanjem na reprezentativnom uzorku punoljetnoga stanovništva Hrvatske, provedenom prije parlamentarnih izbora 2007. godine. Od mjera upotrijebljena su pitanja o istaknutosti moralnosti i kompetencije kao razloga političkog izbora i kratke ljestvice (po tri čestice) pozitivnih i negativnih moralnih emocija koje pobuđuju dvije najjače stranke. Za razliku od prethodnih istraživanja, u kojima su se moralne emocije, uz percipiranu moralnost i kompetenciju, pokazale ravnopravnim odrednicama političkog izbora, u ovom se utvrdilo da su one većinom značajnije za identifikaciju birača sklonijih većoj privrženosti ili animozitetu (pozitivne dijelom, negativne redovito). Rezultati su uglavnom u skladu s brojnim nalazima koji pokazuju da je u moralnosti 'zlo jače od dobroga', odnosno da negativne odlike u tom području privlače veću pažnju i izazivaju intenzivnije reakcije nego pozitivne.

Ključne riječi: moralnost, kompetencija, moralne emocije, izborna ponašanje

✉ Stanko Rihtar, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Marulićev trg 19/1, p. p. 277, 10 001 Zagreb, Hrvatska.
E-mail: Stanko.Rihtar@pilar.hr

UVOD

U okviru novijega psihologijskog bavljenja moralnošću mogu se izdvojiti dva glavna pravca: jedan se moralnošću bavi kao crtom i propitkuje njezinu relativnu istaknutost u formiranju globalnih impresija (Wojciszke, 1994.), dok je drugi (moglo bi ga se nazvati i postkognitivističkim ili postkohlbergijanskim) usmjeren prema propitkivanju prirode i dimenzionalnosti moralnih sustava, identifikaciji moralnih emocija i njihovoj povezanosti s (ne)pridržavanjem normi koje iz tih sustava proizlaze (Haidt, 2003.).

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 17 (2008),
BR. 4-5 (96-97),
STR. 631-645

RIHTAR, S., FERİĆ, I.:
MORALNE EMOCIJE...

U istraživanju političkih preferencija pokazalo se da je moralnost (kao percipirana crta), uz kompetenciju političkih aktera, nužan (jasno, ne i dovoljan) razlog njihova izbora (Wojciszke i Klusek, 1996.). Budući da pregled literature pokazuje kako uloga preciznije definiranih moralnih emocija u tom kontekstu nije empirijski provjeravana, u ovom smo radu pokušali provjeriti njihovu važnost (u odnosu na percipiranu moralnost i kompetenciju kao razloge političkog izbora) pri izrazitijoj polarizaciji biračkoga tijela. Na moguću relevantnost emocija u tom kontekstu jasno upućuje uloga koju one inače imaju u oblikovanju i održavanju ekstremnih i teže promjenjivih stavova.

Moralnost i kompetencija u formiranju globalnih impresija

U brojnim istraživanjima o formiranju globalnih impresija s naglašenom evaluativnom komponentom utvrđeno je da se socijalno relevantno ponašanje uglavnom može opisati dvokomponentnim modelom, odnosno da se najčešće interpretira u okvirima moralnosti i kompetencije (u te se kategorije može svrstati više od tri četvrtine svih globalnih impresija; Wojciszke, 1994.). Moralne se crte pritom odnose na vrstu ciljeva s obzirom na možebitne socijalne posljedice, a kompetencija na vjerojatnost njihova ostvarenja. Spomenuti grozdovi crta najčešće se spominju u percepciji organizacijskih i političkih vođa, odnosno redovito se nalaze na vrhu hijerarhije njihovih poželjnih osobina (Chemers, 2001.), kako to pokazuju istraživanja provedena, primjerice, u Americi (Kinder i Sears, 1985.), Poljskoj (Wojciszke i Klusek, 1996.) ili u Hrvatskoj (Milas, 1992.; Rihtar i Lamza Posavec, 2003.). Istaknutost moralnosti i kompetencije pogotovo dolazi do izražaja ako se poželjne osobine i razlozi političkog izbora ispituju otvorenim pitanjima (Barber, 1993.).

Osim važnosti moralnosti i kompetencije, u oblikovanju globalnih impresija na temelju ponašanja zapažena je i temeljito istražena asimetrična dijagnostičnost pozitivnih i negativnih znakova (Wojciszke, 1994.). U moralnosti veću važnost imaju negativne, a u kompetenciji pozitivne informacije. Teorijska objašnjenja zabilježenih asimetrija svode se na kognitivna i motivacijska.

Kognitivna objašnjenja (shematski model atribucije; Reeder, Pryor i Wojciszke, 1992.; model formiranja impresija na temelju dijagnostičkih znakova; Skowronski i Carlston, 1987.) naglašavaju da su u moralnosti negativne informacije važnije zbog toga što se moralni ljudi ponašaju isključivo moralno, dok je nemoralnima na raspolaganju mimikrija – mogu se ponašati i nemoralno i moralno, jer se potonje ponašanje društveno zahtijeva i ne kažnjava, ako se već i ne nagrađuje. Zbog toga moralna ponašanja nisu dovoljno informativna, odnosno samo na temelju njih ne može se pouzdano ocijeniti je li riječ

o moralnoj osobi ili ne. U kompetenciji vrijedi suprotno, svi se mogu ponašati nekompetentno, no ne mogu se svi, nego samo kompetentni, ponašati kompetentno. Stoga na tom području pozitivne informacije imaju veću dijagnostičku vrijednost. Navedena su objašnjenja provjerena i potvrđena u brojnim, metodološki vrlo različito postavljenim, istraživanjima (Reeder, 1993.; Skowronski, 2002.).

Motivacijska objašnjenja sasvim su različita. Kompetencija je, u odnosu na druge crte, većinom profitabilnija za sebe nego za druge, dok je nekompetencija osobno štetnija, a da ne mora oštetiti druge.¹ Suprotno vrijedi u moralnosti. Od moralnosti više profitiraju, a od nemoralnosti više stradaju drugi. Stoga je, iz perspektive promatrača ili onih na koje se (ne) moralno djelovanje odnosi, moralnost aktera važnija od kompetencije. Procjena moralnosti doslovno znači procjenu moguće koristi ili štete, dok informacije o kompetenciji naznačuju kojeg bi intenziteta ta korist ili šteta mogla biti (Wojciszke, 2005.).

Relativno veću važnost impresija o moralnosti dodatno podupiru i nalazi prema kojima ponašanja koja se s njome povezuju izazivaju intenzivnije emocionalne reakcije od onih koja se povezuju s kompetencijom (Wojciszke, 2005.). Veću saturiranost afektom potvrđuju i laička predviđanja budućega moralnog ponašanja koja ovise o vrsti i stupnju emocionalnog odnosa prema procjenjivanim akterima, dok se predviđanje ponašanja u kompetenciji češće zasniva na neemotivnom pripisivanju svojstava relevantnih za to ponašanje (Wojciszke i sur., 1993.).

Moralne emocije

Iako se moralne emocije jednostavno i uobičajeno klasificiraju prema dva kriterija, usmjerenosti (prema sebi ili prema drugima) i valenciji (pozitivne i negativne), njihovo razlikovanje od ostalih vrsta emocija složeniji je pothvat. Prije svega, nužno je definirati moralnost, a potom moralne emocije odrediti kao reakcije na (ne)pridržavanje normi ili kao motivacijsku podlogu moralnoga ili nemoralnoga ponašanja (Haidt, 2003.). Posegne li se za priručnim, empirijski upotrebljivim određenjima moralnosti, Gewirth (1984.) navodi da su moralna pravila ili prosudbe specifične po tome što zastupaju interese ili dobrobit društva u cjelini, ili barem još nekoga osim onoga koji moralno djeluje ili prosuđuje. Stoga bi se i moralne emocije mogle odrediti kao one koje nisu uvijek i isključivo vezane uz neposrednu osobnu dobrobit (što pak ne isključuje dugoročnu, kao posljedicu društvene suradnje). Što su češće izazvane takvim uzrocima, u većoj se mjeri mogu smatrati tipično moralnima, pri čemu granica između njih i ostalih vrsta emocija nije sasvim jasno određena – riječ je o kontinuumu

(Haidt, 2003.). Osim toga, ovisno o okolnostima ili kontekstu, ista se emocija može, ali i ne mora, smatrati moralnom.

Kad je riječ o negativnim moralnim emocijama usmjerenima prema drugima, Haidt (2003.), rukovodeći se Shwederovom razdiobom moralnog univerzuma na etiku zajedništva, autonomije i čistoće/svetosti (dimenzije su izdvojene klaster analizom iz sadržaja moralnih diskursa u Americi i Indiji, a kroskulturalna robusnost te podjele potvrđena je i u istraživanjima u Japanu i Brazilu – Haidt i sur., 1993.; Rozin i sur., 1999.; Shweder i sur., 1997.), iz potencijalno većega skupa izdvaja tri tipične: prezir, ljutnju i odbojnost.

Prezir je posljedica izbjegavanja društvenih dužnosti ili neprihvatanja hijerarhije, odnosno obveza koje nameće etika zajedništva. Ljutnju izaziva nepravda i narušavanje prava ili, drugim riječima, nepoštovanje načela etike autonomije. Odbojnost je najstarija moralna emocija i posljedica je neprihvatanja tabua koji uglavnom reguliraju odnos ljudske zajednice i prirodnog okruženja (nečistoća, tabui vezani uz prehranu i spolnost). Iako su sve tri etike i pripadajuće emocije univerzalno prisutne, u individualističkim je kulturama ljutnja (budući da je posljedica narušavanja etike autonomije) najprisutnija (Rozin i sur., 1999.).

Pozitivne emocije usmjerene prema drugima reakcije su na njihove vrline i odgovarajuće ponašanje. Haidt (2003.) iz Ekmanova teorijskog repertoara od njih 17 (Ekman, 1994.) izdvaja dvije koje se mogu smatrati tipično moralnima: divljenje i ushićenje i dodaje im osjećaj zahvalnosti koji spominju Trivers (1971.) i Lazarus (1991.).

Zahvalnost, uz ljutnju, evolucijski usmjereni teoretičari smatraju dijelom mehanizma recipročnog altruizma (Trivers, 1971.), dok u okviru pozitivne psihologije vlada mišljenje da ta emocija pridonosi osobnoj dobrobiti (*wellbeing*), socijalnom uključenju i spiritualnom zadovoljstvu te da, uz to što je izazvana moralnim ponašanjem, isto takvo ponašanje i potiče (Emmons i Shelton, 2002.). Zahvalnost je svojevrsan "moralni barometar" i izaziva je namjerno i dobrovoljno izazvana korist za društvo ili onoga koji takvo djelovanje prosuđuje.

Divljenje izazivaju različite vrste izvrsnosti, od ljepote, visokih profesionalnih dosega, pa sve do savršenstva u najširem smislu, a u nekim ga slučajevima obilježava i svojevrsna "ganutost" ili "opčinjenost" i otvorenost prema izvorima takva iskustva. Ta je emocija prisutnija u kulturama u kojima religija ima važnu ulogu.

Istoj obitelji emocija pripada i ushićenje. Potiču ga ljubaznost, milosrđe, odanost ili žrtvovanje za više ciljeve, odnosno, kako navode Haidt i suradnici (2002.), "bolja, altruistična strana" ljudske prirode. Ushićenje potiče i želju da čovjek bude bolji ne samo prema onome ili onima koji tu emociju izazivaju nego i prema ljudima općenito.

Osim po valenciji, moralne emocije razlikuju se i po tome što se negativne javljaju u opasnijim situacijama i zahtijevaju brže reakcije. Pozitivne imaju dugoročnije učinke. One, prema Fredricksonovu modelu "širenja i gradnje" (Fredrickson, 1998.), potiču na otvorenost novim idejama, odnosima i mogućnostima, odnosno na dugoročna ulaganja u samousavršavanje i stvaranje društvenih veza, što će se isplatiti kada se zahtjevi okoline promijene ili postanu veći.

Kad je riječ o ulozi moralnosti i moralnih emocija u predizbornom kontekstu, Monroe (1995.) na temelju pregleda istraživanja ističe da se u to vrijeme, zahvaljujući inicijativama političkih elita, osobinama birača i djelovanju masovnih medija, širok spektar političkih suprotnosti pojednostavnjuje i svodi na jednu do dvije dominantne dimenzije, koje se najlakše mogu opisati u terminima vrijednosnih i, posebno, moralnih kategorija.

CILJEVI ISTRAŽIVANJA

U istraživanju provedenom 2001. utvrdili smo da su moralnost i kompetencija značajni prediktori političkog izbora (Rihtar i Lamza Posavec, 2003.), a 2006. godine, pridodavši moralne emocije tom sklopu, zabilježili smo i njihov neovisan i statistički značajan doprinos (Rihtar i Lamza Posavec, 2006.). Političkom relevantnošću emocija, no ne uže određenih kao moralnih i s različitim ciljem, bavila se i M. Kasapović (2004.), koja je, pokušavši objasniti slabu zastupljenost kandidatskoga glasovanja, provjerila kakve emocije među biračima pobuđuje devet političara (osam predsjednika parlamentarnih stranka i predsjednik države). Od emocija ispitana je uloga entuzijazma, poštovanja, tjeskobe i odbojnosti, koje se mogu svrstati u tri dimenzije slike političara: entuzijazam kao sposobnost pokretanja za vlastite ideje, poštovanje kao odraz osobnog integriteta te tjeskoba i odbojnost koje čine dimenziju "nepolitičkih osobina". Ni vodeći političari, a pogotovo marginalniji, nisu izazvali osobito pozitivne emocije – najistaknutiji su uspjeli pobuditi entuzijazam i poštovanje u manje od polovice birača. No ni negativne emocije nisu bile posebno izražene – tjeskobu i odbojnost iskazalo je još manje birača.

Kako je rečeno na početku, u ovom smo radu odlučili provjeriti važnost moralnih emocija u izrazitijoj polarizaciji biračkoga tijela, odnosno identifikaciji birača koji iskazuju izrazitiju privrženost ili animozitet prema vodećim strankama. Budući da su emocije neizostavan sastojak ekstremnih i teže promjenjivih stavova (poput, primjerice, predrasuda), moguće je i da izrazitija biračka naklonost u većoj mjeri počiva na emocijama nego na percipiranim crtama kompetencije i moralnosti kao razlozima političkog izbora.

METODA

Istraživanje je provedeno prije parlamentarnih izbora terenskom usmenom anketom u studenome 2007., na reprezentativnom uzorku punoljetnoga stanovništva Hrvatske kojim je obuhvaćeno 1544 ispitanika (Lamza Posavec i sur., 2007.).

Važnost percipirane kompetencije i moralnosti provjere-na je pitanjima o tome koliko su percipirana kvaliteta razvojnoga programa i sposobnost potaknule birače na izbor pojedinih stranaka (kompetencija), odnosno koliko su za to bili presudni njihova socijalna osjetljivost i poštenje (moralnost). O-bje su mjere sastavljene od dva pitanja i odgovora u obliku Likertovih ljestvica (ljestvica percipirane kompetencije – raspon 2-10, $r=0,57$, $\alpha=0,730$; ljestvica percipirane moralnosti – raspon 2-10, $r=0,66$, $\alpha=0,793$).²

Pozitivne i negativne moralne emocije koje pobuđuju dvije vodeće političke stranke ispitane su Likertovim ljestvicama od 3 čestice. Vodeći se uvodno opisanim i obrazloženim Haidtovim (2003.) izborom i klasifikacijom moralnih emocija, od pozitivnih su izabrane divljenje, ushićenje i osjećaj zahvalnosti, a od negativnih ljutnja, odbojnost i prezir.

U istraživanju provedenom 2003. godine (Rihtar i Lamza Posavec, 2006.) utvrdili smo da su metrijske osobine ljestvica kratka formata, pogodnih za anketna istraživanja na općim populacijama, zadovoljavajuće kad je riječ o moralnim emocijama koje pobuđuju predsjednički kandidati. Metrijska se kvaliteta istovrsnih ljestvica potvrdila i u ovom istraživanju, odnosno u slučaju u kojem akteri nisu bili pojedinci nego političke stranke (Tablica 1).³

➔ TABLICA 1
Struktura moralnih emocija prema HDZ-u i SDP-u (analiza glavnih komponenata, varimax rotacija) i pouzdanost formiranih ljestvica

	Negativne	Pozitivne
Moralne emocije prema HDZ-u		
Divljenje	-0,301	0,812
Ushićenje	-0,116	0,841
Osjećaj zahvalnosti	-0,259	0,808
Ljutnja	0,813	-0,220
Odbojnost	0,860	-0,257
Prezir	0,798	-0,170
Faktori (2) kar. korijena većeg od 1 objašnjavaju 72,8% varijance		
Pouzdanost formiranih ljestvica (3 čestice, raspon 3-9)	0,885	0,876
Moralne emocije prema SDP-u		
Divljenje	-0,219	0,761
Ushićenje	-0,042	0,826
Osjećaj zahvalnosti	-0,114	0,839
Ljutnja	0,803	-0,105
Odbojnost	0,836	-0,184
Prezir	0,823	-0,082
Faktori (2) kar. korijena većeg od 1 objašnjavaju 68,4% varijance		
Pouzdanost formiranih ljestvica (3 čestice, raspon 3-9)	0,862	0,853

REZULTATI I RASPRAVA

● **TABLICA 2**
Srednje vrijednosti
zbrojenih ljestvica
pozitivnih i negativnih
moralnih emocija
prema HDZ-u i SDP-u
u odnosu na izborni
odaziv

S obzirom na to da dvije stanke (HDZ i SDP) dominiraju hrvatskom političkom scenom, u predizbornom je razdoblju bilo realno očekivati da će jedna od njih, sama ili u koaliciji, dobiti mandat. Valja pretpostaviti da bi procjena *ukupne* moralnosti tih stranaka mogla odražavati i povjerenje u hrvatsku političku elitu i zamjetno utjecati na očekivanja u pogledu moralne kvalitete buduće državne politike (odnosno na očekivanja od izbora uopće), a samim time i na izborni odaziv. Stoga smo na početku provjerili jesu li moralne emocije prema vodećim strankama, u cjelini, povezane sa sudjelovanjem na izborima kao svojevrsnom inicijalnom političkom polarizacijom.

U Tablici 2 uspoređene su srednje vrijednosti zbrojenih ljestvica pozitivnih i negativnih moralnih emocija prema HDZ-u i SDP-u u odnosu prema namjeri izlaska na izbore. Osim za cijeli uzorak, rezultati su uspoređeni i za subuzorak iz kojeg su isključeni potencijalni birači spomenutih stranaka.

	Namjera izlaska na izbore (M)		t	p
	Ne	Da		
Cijeli uzorak				
Pozitivne moralne emocije prema HDZ-u i SDP-u	7,34	8,55	7,342	0,000
Negativne moralne emocije prema HDZ-u i SDP-u	10,08	9,64	1,394	0,165
Uzorak bez birača HDZ-a i SDP-a				
Pozitivne moralne emocije prema HDZ-u i SDP-u	6,95	7,70	4,096	0,000
Negativne moralne emocije prema HDZ-u i SDP-u	10,32	10,08	0,558	0,578

Raspon ljestvica 6 – 18

Rezultati pokazuju da su negativne emocije prema vodećim strankama redom zastupljenije od pozitivnih. No ni one, iako prevladavaju nad pozitivnima, nisu dramatično izražene (zabilježene srednje vrijednosti ne prelaze 12, teorijsku aritmetičku sredinu ljestvica; rezultati su u skladu s onima o kojima izvješćuje M. Kasapović (2004.) u prethodno opisanom istraživanju).

Podjednaka istaknutost negativnih moralnih emocija prema vodećim strankama u odnosu na namjeru izlaska na izbore govori u prilog ravnomjernoj zastupljenosti (djelomice određene političkim (ne)moralom) anomalije i mobilizacije, bilo da je riječ o glasovanju "za", bilo "protiv". No razlike u pozitivnim emocijama pokazuju da su sudjelovanju na izborima ipak skloniji oni kojima su vodeće stranke moralno prihvatljivije. To ne vrijedi samo za deklarirane birače općenito nego i za one koji bi izišli na izbore i glasovali za bilo koju osim ovih stranaka. Stoga se opravdanim čini zaključak da veće ukupno povjerenje u moralne kvalitete glavnih kandidata za vođenje države u idućem razdoblju donekle povećava izborni odaziv

● **TABLICA 3**

Percipirana moralnost, kompetencije i moralne emocije kao kriteriji razlikovanja isključivih od ostalih birača HDZ-a (rezultati logističke regresije)

	B	Wald	p	Exp (B)
Percipirana moralnost kao razlog izbora stranke	0,116	2,312	0,128	1,123
Percipirana kompetencija kao razlog izbora stranke	-0,105	1,486	0,223	0,900
Pozitivne moralne emocije prema HDZ-u	0,234	9,721	0,002	1,264
Negativne moralne emocije prema SDP-u	0,269	14,380	0,000	1,309

	B	Wald	p	Exp (B)
Percipirana moralnost kao razlog izbora stranke	-0,043	0,303	0,582	0,958
Percipirana kompetencija kao razlog izbora stranke	0,193	6,175	0,013	1,212
Pozitivne moralne emocije prema SDP-u	0,148	3,248	0,072	1,160
Negativne moralne emocije prema HDZ-u	0,415	36,469	0,000	1,515

● **TABLICA 4**

Percipirana moralnost, kompetencije i moralne emocije kao kriteriji razlikovanja isključivih od ostalih birača SDP-a (rezultati logističke regresije)

te da je on, barem u nešto većoj mjeri, potaknut dugoročnijim pozitivnim očekivanjima (ako se vodi računa o uvodno spomenutim osobinama pozitivnih u odnosu na negativne emocije) nego sklonošću kažnjavanja moralnih prekršaja.

Nakon polarizacije prema odazivu, sljedeća polarizacija, ona među biračima glavnih stranaka, određena je tako da su iz cijelog uzorka izdvojene četiri skupine: birači HDZ-a koji nipošto ne bi glasali za SDP, ostali birači HDZ-a, birači SDP-a koji nipošto ne bi glasali za HDZ i ostali birači SDP-a. Te skupine, uvjetno rečeno, čine raspon odanosti, od umjerenije do one koja izrazitije polarizira biračko tijelo. Utjecaj moralnosti, kompetencije i moralnih emocija na razlikovanje tih skupina provjeren je logističkom regresijom i prikazan u Tablicama 3 i 4.

Razlikovanju birača HDZ-a koji nipošto ne bi glasovali za SDP od ostalih birača iste stranke ne pridonose značajno percipirana moralnost i kompetencija kao razlozi izbora stranke, nego moralne emocije, i to pozitivne prema HDZ-u i negativne prema glavnoj konkurentskoj stranci (Tablica 3).

Skupina birača koja nipošto ne bi glasovala za HDZ od ostalih se birača SDP-a pak razlikuje po pozitivnijem mišljenju o kompetenciji stranke i negativnijim moralnim emocijama prema HDZ-u (Tablica 4).

Utjecaj istoga prediktivnog sklopa za identifikaciju najprivrženijih skupina birača provjeren je na još jedan način, tako što se pokušalo utvrditi određuje li on, i u kojoj mjeri, migracije među biračima vodećih stranaka (Tablice 5 i 6).

Migracije među biračima HDZ-a primarno određuje emocionalni odnos prema toj stranci, a ne moralnost i kompetencija kao razlozi političkog izbora, i to HDZ-a među novopridošlim biračima i strankama kojima su postali skloni oni koji su odustali od glasovanja za HDZ (Tablica 5).

I prestanak biračke privrženosti SDP-u u najvećoj mjeri određuju negativne moralne emocije prema toj stranci (Tabli-

● TABLICA 5
Kompetencija,
moralnost i moralne
emocije kao prediktori
migracija birača
HDZ-a (rezultati
logističke regresije)

	B	Wald	p	Exp (B)
Vjerni birači vs. odustali od glasovanja za HDZ				
Percipirana moralnost kao razlog izbora stranke	0,112	1,195	0,274	1,119
Percipirana kompetencija kao razlog izbora stranke	-0,038	0,127	0,721	0,963
Negativne moralne emocije prema HDZ-u	0,609	41,863	0,000	1,838
Vjerni vs. novi birači HDZ-a				
Percipirana moralnost kao razlog izbora stranke	0,126	2,853	0,091	1,135
Percipirana kompetencija kao razlog izbora stranke	-0,120	2,181	0,140	0,887
Pozitivne moralne emocije prema HDZ-u	-0,362	20,175	0,000	0,696
	B	Wald	p	Exp (B)
Vjerni birači vs. odustali od glasovanja za SDP				
Percipirana moralnost kao razlog izbora stranke	0,050	0,235	0,628	1,051
Percipirana kompetencija kao razlog izbora stranke	0,145	2,335	0,127	1,157
Negativne moralne emocije prema SDP-u	0,720	19,774	0,000	2,055
Vjerni vs. novi birači SDP-a				
Percipirana moralnost kao razlog izbora stranke	0,126	3,876	0,049	1,135
Percipirana kompetencija kao razlog izbora stranke	-0,025	0,153	0,696	1,026
Pozitivne moralne emocije prema SDP-u	-0,125	3,644	0,056	0,882

● TABLICA 6
Kompetencija,
moralnost i moralne
emocije kao prediktori
migracija birača
SDP-a (rezultati
logističke regresije)

ca 6). Međutim, za razliku od novih birača HDZ-a, oni koji su promijenili biračko opredjeljenje u korist SDP-a nešto su skloniji stranku ocijeniti moralnijom (razlika je marginalno značajna), no bez većih emocionalnih egzaltacija u odnosu na skupinu stalnih birača. Kompetencija SDP-a i stranaka za koje su se opredijelili njegovi bivši birači nije u migracijama imala osetniju ulogu.

● TABLICA 7
Usporedba
potencijalnih birača
HDZ-a i SDP-a prema
srednjim vrijednostima
ljestvica moralnih
emocija iste valencije

Zaokruže li se rezultati prikazani u Tablicama 3 do 6 u cjelini, sažeto se može reći da su negativne moralne emocije redom značajan prediktor, i to u identifikaciji isključivijih birača i onih koji su promijenili biračko opredjeljenje. I dok pozitivne emocije u naklonosti HDZ-u imaju jednaku važnost, birači SDP-a iskazuju ih u manjoj mjeri.

Svođenje pozitivnih i negativnih moralnih emocija potencijalnih birača HDZ-a i SDP-a na istovrsne ljestvice prema valenciji (Tablica 7) i usporedba srednjih vrijednosti taj zaključak samo potvrđuje. No rezultati ne pokazuju samo to da su birači HDZ-a skloniji pozitivnijim emocijama nego birači SDP-a kad je u pitanju stranačka naklonost nego i to da su manje moralno nesnošljivi prema glavnom političkom konkurentu.

	Birači		t	p
	HDZ-a M	SDP-a M		
Pozitivne moralne emocije prema preferiranoj stranci	6,19	5,15	7,85	0,000
Negativne moralne emocije prema glavnoj konkurentskoj stranci	5,13	6,22	6,78	0,000

Manja sklonost birača SDP-a moralnom idealiziranju stranke za koju namjeravaju glasovati djelomice bi se mogla pripisati većim očekivanjima ili kritičnosti kao posljedici višeg obrazovanja (srednje vrijednosti obrazovanja na ljestvicama od tri stupnja iznose 2,18 za birače SDP-a, a 1,98 za birače HDZ-a, $t=4,34$, $p=0,000$), što izravnije potvrđuje i razmjerno niska, no statistički značajna, negativna korelacija između obrazovanja i pozitivnih moralnih emocija u skupini birača SDP-a ($r=-0,159$, $p=0,002$). Među biračima HDZ-a ta povezanost, iako sugerira isti odnos, nije značajna ($r=-0,104$, $p=0,059$). Na utjecaj obrazovanja upućuje i veće naglašavanje kompetencije kao razloga izbora stranke među najodanijim biračima SDP-a (Tablica 5).

Kad je riječ o negativnim emocijama, moralni animozitet prema konkurentskim strankama nije značajno povezan s obrazovanjem ($r=0,043$, $p=0,458$ među biračima HDZ-a; $r=0,093$, $p=0,075$ među biračima SDP-a), pa bi razloge većega skepticizma što ga birači SDP-a pokazuju prema HDZ-u možda trebalo potražiti u činjenici da je ta stranka u vrijeme izbora bila na vlasti, što znači da je bila u prilici donositi konkretne političke odluke i, ujedno, za njih snositi veću moralnu odgovornost. Valja podsjetiti i na to da je HDZ, s obzirom na najdulje obnašanje vlasti (osim od 2000. do 2003. godine), češće od ostalih bio pod povećalom javnosti, uz povećano medijsko etiketiranje potkraj 1990-ih godina. Samim je time njegove propuste bilo lakše uočiti, pogotovo među ionako nesklonim biračima SDP-a. Općenito izrazitiji moralni negativizam među biračima SDP-a mogao bi značiti i nešto veću sklonost glasanju "protiv", pogotovo uzme li se u obzir to da je stranka, od marginalne pozicije početkom 1990-ih godina, izrasla u glavnog oponenta HDZ-u. Ne protiveći se da je za to zaslužna i njezina kvaliteta, valja pretpostaviti da je određeni dio birača više privukla oporbenom snagom nego političkom ponudom.

I na kraju, vodeći računa o dubljim i dugotrajnijim političkim rascjepima u hrvatskom društvu (Šiber, 1998.), moguće je da je odgovornost negativnih moralnih emocija za polarizaciju birača samo krajnji izraz apriornih i trajnije ukorijenjenih svjetonazorskih i ideoloških pozicija i pokušaja njihove legitimizacije. No to objašnjenje, kao i prethodna, zahtijeva dodatnu empirijsku potporu, jer bez nje, bez obzira na uvjerljivost, ostaje na razini spekulacije.

ZAKLJUČAK

Osim što se u prethodnim istraživanjima pokazalo da su moralne emocije značajan, i uz percipiranu moralnost i kompetenciju ravnopravan, prediktor političkog izbora (Rihtar i Lamza Posavec, 2006.), u ovom je radu utvrđeno da im je uloga, u

cjelini, važnija u identifikaciji privrženijih birača i birača koji iskazuju veći animozitet prema političkim opcijama koje im ne odgovaraju. To posebno vrijedi kad je riječ o negativnim moralnim emocijama. Nalaz je uglavnom u skladu s brojnim istraživanjima koja pokazuju da je u moralnosti "zlo jače od dobra" (Wojciszke, 2005.), odnosno da uočene negativnosti češće (ne i uvijek) privlače veću pozornost i izazivaju intenzivnije reakcije od pozitivnih namjera i djelovanja.

U ovom su istraživanju, zbog njegova cilja i osobina reprezentativnog uzorka, koji uključuje znatne proporcije neobrazovanih i niskoobrazovanih ispitanika, upotrijebljene kratke ljestvice moralnih emocija, koje su se pokazale metodološki korektnim instrumentima. Podrobnija provjera političke uloge moralnosti i moralnih emocija svakako bi valjalo voditi računa i o istaknutosti pojedinih dimenzija moralnog univerzuma u konkretnom društvenom kontekstu. Osim toga, u novije su vrijeme Haidt i Graham (2007.) predložili proširenje Shwederove trodiobe (koja nam je ovdje poslužila kao oslonac) na pet temeljnih elemenata kroskulturalne moralne šarolikosti – oni obuhvaćaju pitanja koja se odnose na nanošenje štete ili bržnost, pravednost (recipročnost), lojalnost, poštovanje (autoriteta) i čistoću/svetost. Kad je riječ o politici, isti su autori uočili da ideološki nesporazumi nastaju, između ostalog, i zbog nerazumijevanja uzrokovanog time što se liberalnije opcije u svom diskursu uglavnom oslanjaju na prve dvije dimenzije, dok konzervativci uzimaju u obzir svih pet. Vjerujemo da bi vođenje računa o toj spoznaji, uz prilagodbu opisanoga proširenog modela specifičnostima hrvatskoga političkog konteksta, zacijelo i u nas unaprijedilo predviđanje izbornoga ponašanja.

BILJEŠKE

¹ Valja napomenuti da su posljedice kompetentnog ili nekompetentnog političkog djelovanja redovito socijalne, pa samim time podliježu i moralnoj evaluaciji. Stoga navedena objašnjenja treba uzeti s rezervom, iako se to u literaturi ne čini.

² Konkretna formulacija pitanja glasila je: "Koliko su sljedeći razlozi bili važni za Vašu odluku da se opredijelite upravo za tu stranku ili koaliciju?" Ponuđeni su odgovori: "Jer smatram da ta stranka ima najbolji program (ideje) za razvoj Hrvatske", "Jer smatram da ima najsposobnije ljude" (kompetencija), "Jer vjerujem da će se više od ostalih brinuti o dobrobiti svih građana Hrvatske", "Jer mi se čini najpoštenijom" (moralnost); svi uz ljestvice od pet stupnjeva (od "Uopće nije važan" do "Jako je važan").

³ Konkretna formulacija pitanja glasila je: "Koliko svaka od dviju vodećih stranaka u Hrvatskoj, HDZ i SDP, u Vama pobuđuje sljedeće osjećaje?" Ponuđeni su odgovori: "Divljenje", "Ljutnju", "Odbojnost", "Ushićenje", "Osjećaj zahvalnosti", "Prezir", svi uz ljestvice od tri stupnja, "Nimalo", "Donekle", "Izrazito".

LITERATURA

- Barber, J. D. (1993.), The presidential character. U: N. J. Kressel (ur.), *Political Psychology: Classic and Contemporary Readings* (str. 127-137). New York: Paragon House Publishers.
- Chemers, M. M. (2001.), Leadership effectiveness: An integrative review. U: M. A. Hogg i R. Tindale (ur.), *Blackwell handbook of social psychology: Group processes* (str. 376-399). Oxford: Blackwell.
- Ekman, P. (1994.), All emotions are basic. U: P. Ekman i R. J. Davidson (ur.), *The nature of emotion: Fundamental questions* (str. 15-19). New York: Oxford University Press.
- Emmons, R. A., Shelton, C. M. (2002.), Gratitude and the science of positive psychology. U: C. R. Snyder i S. J. Lopez (ur.), *The handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press.
- Fredrickson, B. L. (1998.), What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 2, 300-319.
- Gewirth, A. (1984.), *Ethics*. Encyclopedia Britannica.
- Haidt, J. (2003.), The moral emotions. U: Davidson, R. J., Scherer, K. R., Goldsmith, H. H. (ur.), *Handbook of affective sciences* (str. 852-870). Oxford: Oxford University Press.
- Haidt, J., Algoe, S., Meijer, Z. i Tam, A. (2002.), *The elevation-altruism hypothesis: Evidence for a new prosocial emotion*. Neobjavljeni rukopis, University of Virginia.
- Haidt, J., Graham, J. (2007.), When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize. *Social Justice Research*, 20, 1, 98-116.
- Haidt, J., Koller, S., Dias, M. (1993.), Affect, culture, and morality, or is it wrong to eat your dog? *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 613-628.
- Kasapović, M. (2004.), Personalizacija izbora: mit ili stvarnost? *Društvena istraživanja*, 13, 3, 363-381.
- Kinder, D. R., Sears, D. O. (1985.), Public opinion and political action. U: Lindzey, G., Aronson, E. (ur.), *Handbook of Social Psychology* (3rd ed., Vol. 2, str. 659-741). New York: Random House.
- Lamza Posavec, V., Ferić, I., Mustapić, M., Rihtar, S. (2007.), *Javno mnijenje Hrvatske: izbori 2007., istraživački izvještaj*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lazarus, R. S. (1991.), Progress on a cognitive-motivational-relational theory of emotion. *American Psychologist*, 46, 819-834.
- Milas, G. (1992.), Mišljenja građana o poželjnim karakteristikama predsjednika, u odnosu na vlastito biračko opredjeljenje. *Društvena istraživanja*, 1, 2, 285-294.
- Monroe, K. R. (1995.), Psychology and rational actor theory. *Political Psychology*, 16, 1-21.
- Peeters, G., Czapinski, J. (1990.), Positive-negative asymmetry in evaluations: The distinction between affective and informational negativity effects. U: Stroebe, W., Hewstone, M. (ur.), *European Review of Social Psychology* (god. 1, str. 36-60). New York: Wiley.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 17 (2008),
BR. 4-5 (96-97),
STR. 631-645

RIHTAR, S., FERİĆ, I.:
MORALNE EMOCIJE...

- Reeder, G. D. (1993.), Trait-behavior relations and dispositional inference. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 586-593.
- Reeder, G. D., Pryor, R. B., Wojciszke, B. (1992.), Trait-behavior relations in social information processing. U: G. Semin i K. Fiedler (ur.), *Language and social cognition* (str. 37-57). Beverly Hills: Sage.
- Rihtar, S., Lamza Posavec, V. (2003.), Percipirana moralnost i kompetencija u motivacijskoj strukturi političkih preferencija. *Društvena istraživanja*, 12, 1-2, 165-179.
- Rihtar, S., Lamza Posavec, V. (2006.), Moralne emocije kao prediktori evaluacije i izbora političkih aktera: preliminarna provjera. U: Ćubela Adorić, V., Penezić, Z., Vulić-Prtorić, A., Proroković, A. (ur.), *15. dani psihologije u Zadru*, str. 137. Zadar: Sveučilište u Zadru.
- Rozin, P., Lowery, L., Imada, S., Haidt, J. (1999.), The CAD triad hypothesis: A mapping between three moral emotions (contempt, anger, disgust) and three moral codes (community, autonomy, divinity). *Journal of Personality and Social Psychology*, 76 (4), 574-586.
- Rozin, P., Royzman, E. B. (2001.), Negativity bias, negativity dominance, and contagion. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 296-320.
- Shweder, R. A., Much, N. C., Mahapatra, M., Park, L. (1997.), The "big three" of morality (autonomy, community, and divinity), and the "big three" explanations of suffering. U: A. Brandt i P. Rozin (ur.), *Morality and health* (str. 119-169). New York: Routledge.
- Skowronski, J. J. (2002.), Honesty and intelligence judgements of individuals and groups: The effects of entity-related behavior diagnosticity and implicit theories. *Social Cognition*, 20, 136-169.
- Skowronski, J. J., Carlston, D. E. (1987.), Negativity and extremity biases in impression formation: A review of explanation. *Psychological Bulletin*, 105, 131-142.
- Šiber, I. (1998.), Povijesni i etnički rascjepi u hrvatskom društvu. U: Kasapović, M., Šiber, I., Zakošek, N., *Birači i demokracija, Utjecaj ideoloških rascjepa na politički život*. Zagreb: Alinea.
- Trivers, R. L. (1971.), The evolution of reciprocal altruism. *Quarterly Review of Biology*, 46, 35-57.
- Wojciszke, B. (1994.), Multiple meanings of behavior: Construing actions in terms of competence or morality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 222-232.
- Wojciszke, B. (2005.), Affective concomitants of information on morality and competence. *European Psychologist*, 10 (1): 60-70.
- Wojciszke, B., Klusek, B. (1996.), Moral and competence-related traits in political perception. *Polish Psychological Bulletin*, 27, 319-325.
- Wojciszke, B., Pienkowski, R., Maroszek, A., Brycz, H., Ratajczak, M. (1993.), Lay inferences of personality traits: The role of behavior prototypicality and between-trait differences. *European Journal of Social Psychology*, 13, 255-272.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 17 (2008),
BR. 4-5 (96-97),
STR. 631-645

RIHTAR, S., FERİĆ, I.:
MORALNE EMOCIJE...

Moral Emotions and Polarization of Voters

Stanko RIHTAR, Ivana FERİĆ
Institute of Social Sciences Ivo Pilar, Zagreb

The role of moral emotions in polarization of voters was examined in a public opinion research, conducted prior to the Parliamentary Elections in 2007 on a nationally representative sample of adults in Croatia. The used measures included questions on the salience of morality and competence as criteria of political choice, as well as short (three-item) scales of positive and negative moral emotions elicited by the two major political parties in the election. Contrary to the results of previous studies, where moral emotions and perceived morality and competence were found to be equally strong predictors of political choice, this research has shown moral emotions to be more significant in the identification of extreme groups of voters. Such results are mostly in agreement with the numerous findings stating that, in the area of morality, "evil is stronger than good", or that the negative issues more frequently draw voters' attention and elicit more intense reactions.

Key words: morality, competence, moral emotions, voting behavior

Moralgefühle und Wählerpolarisierung

Stanko RIHTAR, Ivana FERİĆ
Ivo Pilar-Institut für Gesellschaftswissenschaften, Zagreb

Im Vorfeld der kroatischen Parlamentswahlen 2007 versuchte man in einer repräsentativen Gruppe volljähriger kroatischer Bürger zu ermitteln, welche Rolle den Moralgefühlen bei der Wählerpolarisierung zukommt. Zum Einsatz kamen Fragen über die Relevanz von Moralität und Kompetenz als Gründen für eine politische Stimmabgabe sowie verschiedene kurze Skalen (mit bis zu drei Elementen) zur Ermittlung positiver und negativer Moralgefühle, die durch die zwei stärksten kroatischen Parteien (HDZ und SDP, Anm. d. Übers.) hervorgerufen werden. Im Unterschied zu früheren Forschungen, in denen sich Moralgefühle, neben der wahrgenommenen Wichtigkeit von Moralität und Kompetenz, als gleichrangige Leitlinien für eine politische Stimmabgabe erwiesen hatten, stellte sich bei dieser Untersuchung heraus, dass Moralgefühle hauptsächlich für Wähler aus extremeren Wählergruppen ausschlaggebend sind (teilweise zutreffend bei positiven Moralgefühlen, regelmäßig der Fall bei negativen). Die Untersuchungsergebnisse stimmen im

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 17 (2008),
BR. 4-5 (96-97),
STR. 631-645

RIHTAR, S., FERİĆ, I.:
MORALNE EMOCIJE...

Großen und Ganzen überein mit der oftmals bestätigten Beobachtung, dass im Bereich der Moralität „das Übel stärker ist als das Gute“ bzw. dass negative Erscheinungen öfters eine größere Aufmerksamkeit und intensivere Reaktionen hervorrufen.

Schlüsselbegriffe: Moralität, Kompetenz, Moralgefühle, Wahlverhalten